THE Weekly News ข่าวเด่นประจำสัปดาห์

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเจนไน
THAI TRADE CENTER, CHENNAI | DITP
Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, Royal Thai Government

29 กรกฎาคม – 2 สิงหาคม 2567

## อุตสาหกรรมธุรกิจบริการอาหาร (Foodservice) ของอินเดีย

อุตสาหกรรมธุรกิจบริการอาหารเป็นสาขาอุตสาหกรรมที่เติบโตเร็วที่สุดในอินเดีย ด้วยมรดกวัฒนธรรมทางอาหารที่หลากหลาย การขยายตัวอย่างรวดเร็วของชนชั้นกลาง การขยายตัวของชุมชนเมือง การท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น การใช้โทรศัพท์มือถือที่มีอยู่อย่างแพร่หลาย รวมถึงการเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดียที่มีการแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ทั้งหมดเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ส่งผลให้กลายเป็นสาขาอุตสาหกรรมแห่งนวัตกรรมและการลงทุน

จากรายงานของสมาคมร้านอาหารแห่งชาติของอินเดีย (The National Restaurant Association of India: NRAI) ให้ข้อมูลว่าอุตสาหกรรมร้านอาหารในอินเดีย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.1 ของ GDP ของประเทศในปี 2564 โดยในปี 2563 อุตสาหกรรมธุรกิจบริการอาหารมีมูลค่าตลาดประมาณ 4.23 ล้านล้านรูปีอินเดีย หรือประมาณ 57 พันล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่ามูลค่าตลาดจะเพิ่มสูงขึ้นเป็น 6.19 ล้านล้านรูปีอินเดีย หรือประมาณ 83 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2567 ซึ่งคิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีมากกว่าร้อยละ 10

ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมนี้เกิดการเติบโต คือ แนวโน้มของการรับประทานอาหารนอกบ้าน รวมถึงการสั่งอาหารมารับประทานที่บ้านที่เพิ่มมากขึ้น โดยจะเห็นได้ว่าจากช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ค่าเฉลี่ยในการรับประทานอาหารนอกบ้านหรือสั่งมารับประทานในบ้านเพิ่มขึ้นเกือบ 4 เท่า ผู้บริโภคอินเดียเริ่มเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากวัฒนธรรมดั้งเดิมที่นิยมทำอาหารเองจากบ้าน เป็นหันมาเลือกความสะดวกสบายและการนำเสนอรายการอาหารที่หลากหลายจากผู้ดำเนินธุรกิจบริการอาหาร นอกจากนี้ ผลของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังมีส่วนเร่งในการกระตุ้นรายได้ของอุตสาหกรรมนี้ให้เพิ่มขึ้นอีกด้วย

**ภาพรวมของอุตสาหกรรมธุรกิจบริการอาหารในอินเดีย**

อุตสาหกรรมธุรกิจบริการอาหารของอินเดียมีความหลากหลายสูง ประกอบไปด้วยการจัดเลี้ยงอาหารหลากหลายประเภทที่มีความแตกต่างกันไปตามความชื่นชอบและความต้องการของลูกค้า โดยสามารถแบ่งกลุ่มออกเป็นประเภทหลักๆ ได้ดังนี้

**ธุรกิจร้านอาหารบริการด่วน** (Quick Service Restaurants: QSRs): เป็นที่รู้จักกันดีว่าเน้นการนำเสนอบริการที่รวดเร็ว สะดวกสบาย และคาดเดาได้ นำโดยผู้เล่นแบรนด์ระดับนานาชาติ เช่น แมคโดนัลด์ เคเอฟซี โดมิโน และซับเวย์ เป็นต้น โดยกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่เติบโตอย่างแข็งแกร่งในเขตพื้นที่เมืองของอินเดีย และเข้าถึงการให้บริการลูกค้าในหลากหลายกลุ่ม

**ร้านอาหารแบบสบายๆ** (Casual Dining): เหมาะสำหรับลูกค้าที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์การรับประทานอาหารที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลายและสบายๆ มากขึ้น ตัวอย่างร้านอาหารประเภทนี้ อาทิ Barbeque Nation และ Mainland China เป็นต้น โดยสรรค์สร้างสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เป็นประเภทที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วจากการแนะนำเมนูรายการอาหารใหม่ๆ และกระแสที่มาแรง มีการนำเสนอตั้งแต่อาหารท้องถิ่นหรือภูมิภาคตามวัฒนธรรมดั้งเดิมไปจนถึงอาหารฟิวชันหลากหลายประเภท

**ร้านอาหาร Fine Dining**: เน้นนำเสนออาหารที่มีคุณภาพสูงและประสบการณ์รับประทานอาหารชั้นเลิศ มีทั้งอาหารอินเดียและอาหารนานาชาติ ที่ผ่านมาร้านอาหารประเภทนี้จะมีอยู่ในเฉพาะโรงแรมระดับ 5 ดาวเท่านั้น แต่ปัจจุบันเมืองระดับ Tier 1 มีการเปิดร้านอาหารระดับ Hi-End แบบ Stand Alone เป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการรับประทานอาหารและได้รับบริการชั้นยอด

**ร้านคาเฟ่ และร้านกาแฟ:** ร้านคาเฟ่ และชา กาแฟ เช่น ร้าน Starbucks และ Chaayos เป็นที่นิยมมากสำหรับกลุ่มวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เมือง เนื่องจากมีบริการชา กาแฟ และของขบเคี้ยว ในบรรยากาศสบายๆ รวมถึงมีบริการ Wi-Fi ให้ลูกค้าใช้ ร้านประเภทนี้จึงกลายเป็นจุดนัดพบของคนหนุ่มสาว และผู้สูงวัย รวมถึงการนัดประชุมทางธุรกิจ โดยร้านประเภทนี้กำลังแพร่หลายในเมืองระดับ Tier 2, 3 และ 4 โดยส่วนใหญ่เป็นแบรนด์ระดับท้องถิ่นและระดับภูมิภาค

**บาร์และผับ** (Bars & Pubs): เป็นอีกสาขาหนึ่งที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว แม้ว่าต้องมีใบขออนุญาตเฉพาะจากรัฐเพื่อดำเนินการ และมีการควบคุมการดำเนินงานมากกว่าจากภาครัฐมากกว่าประเภทร้านอาหารอื่นๆ ดังที่มีการกล่าวไว้ว่ามื้ออาหารที่ไม่มีเครื่องดื่มจะไม่สมบูรณ์ เป็นผลให้เกิดการเติบโตของเครื่องดื่มทั้งที่มีแอลกอฮอล์และไม่มีแอลกอฮอล์อย่างรวดเร็ว เกิดนวัตกรรมของการออกรสชาติใหม่ๆ การแนะนำรสชาติประจำถิ่นและการแข่งขันกับแบรนด์ที่ขายดีระดับโลกเพื่อตอบสนองความต้องการดับกระหายของผู้บริโภค

**ร้านไอศรีมและของหวานประเภทเย็น** (Ice Cream & Dessert parlours): เป็นอีกกลุ่มธุรกิจหนึ่งที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วและมีศักยภาพสูงเนื่องจากผู้บริโภคอินเดียชื่นชอบของหวาน ประเภทผลิตภัณฑ์มีตั้งแต่ไอศกรีมซันเดย์ ไปจนถึงเค้กและขนมอบ ทั้งที่เป็นรูปแบบขนมอินเดียดั้งเดิมจนถึงขนมแบบตะวันตก อย่าง วาฟเฟิล โดนัท และมิลค์เชค

**ร้านอาหารริมทาง** (Street Food): นำเสนออาหารและขนมขบเคี้ยวท้องถิ่นของอินเดีย เป็นกลุ่มที่เข้าถึงได้ง่ายในรสชาติและราคาที่เอื้อมถึง แต่เนื่องจากกลุ่มนี้ไม่ได้มีการจัดระเบียบเป็นส่วนใหญ่ จึงมีข้อกังวลในเรื่องการขอใบอนุญาตและการดูแลด้านสุขอนามัยที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข

โดยแพลตฟอร์มการบริการจัดส่งอาหาร เช่น Zomato และ Swiggy ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่เชื่อมโยงอุตสาหกรรมธุรกิจบริการอาหารทั้งหมดเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งได้ปฏิวัติธุรกิจบริการอาหารโดยจัดหาให้ทางเลือกหลากหลายรายการอาหารและจัดส่งให้ถึงหน้าประตูบ้านของลูกค้า ถึงแม้ว่าแพลตฟอร์มดังกล่าวจะทำรายได้สูงสุดในช่วงที่มีสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 และมีรายได้ลดลงหลังจากที่สถานการณ์เริ่มคลี่คลายลง แต่ยังถือเป็นรายได้สำคัญที่ได้จากธุรกิจบริการอาหารทั้งหมด โดยการนำเสนอการสั่งซื้อและชำระเงินผ่านแพลตฟอร์มมือถือที่ง่ายและสะดวก

***ความเห็น/ข้อเสนอแนะ***

จากการขยายตัวของชุมชนเมืองมากขึ้น จำนวนชนชั้นกลางที่เพิ่มสูงขึ้น ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด – 19 ที่ผ่านมาส่งผลให้ชาวอินเดียมีพฤติกรรมเริ่มรับประทานอาหารนอกบ้าน หรือสั่งซื้อไปรับประทานที่บ้านมากขึ้นเพื่อความสะดวกและรวดเร็วสอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้อุตสาหกรรมธุรกิจบริการอาหารเติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับทิศทางของธุรกิจบริการอาหารที่มีแนวโน้มขยายตัวและเป็นที่สนใจในตลาดอินเดีย อาทิ อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารท้องถิ่นและอาหารฟิวชั่น อาหารนานาชาติ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริการ และการเปิดร้านค้าแบบไม่มีหน้าร้าน โดยใช้ระบบออนไลน์ในการซื้อขาย (Ghost/Cloud Kitchens) เป็นต้น

***แหล่งที่มา:***

1. Mapping of Indian Food service Sector – Businessoffood.in.
   https://www.businessoffood.in/indian-foodservice-mapping-the-sector/